

Lesungen finden sich allerorts und auch Harburgs SuedLese zeigte dieses Jahr wieder das große Interesse am Sujet. Aber geht es Hamburgs Literaturbetrieb an sich auch gut? Ein erstes Treffen ließ manche Frage offen.

Die Hamburg Kreativ Gesellschaft ist ein städtisches Unternehmen und der Behörde für Kultur und Medien angeschlossen. Aber sie agiert selbständig und vor allem mit dem Ziel, den Kultur- und Kreativbranchen Unterstützung zu bieten. Sei es bei Räumen, bei Netzwerken, Fach- und Sachfragen oder neuen Herausforderungen wie etwa neuen Medien oder dem Crowdfunding.

Mitte Mai nun lud sie erstmals zu einem Branchentreff der Literaturszene ein. Und wir waren – kurz nach Abschluss der 3. SuedLese-Literaturtage geladen und auch dabei. Eine illustre Runde von etwa 30 Personen aus allen möglichen Bereichen fand sich zusammen und tauschte sich erstmals konzentriert aus. Denn auch im Literaturbetrieb steht vieles an. Es ging um aktuelle Trends, Strukturen, Raum und Wahrnehmung. Und es wurde nicht nur geplaudert sondern auch gearbeitet – in Kleingruppen, um möglichst tief an des Pudels Kern zu stoßen.

Und die Bandbreite war groß: Netflix und Smartphones etwa erwecken den Eindruck, die Menschen nähmen sich immer weniger Zeit zum Lesen und das Buch selbst habe seine besten Zeiten hinter sich. Ohnehin gab der Wandel vom analog-haptischen Buch zur Digitalisierung in Form der eBooks zu denken. Als eindeutig geschäftsraubend wollte man es aber nicht einstufen.

Auch das Genre der Schreibenden Zunft selbst lässt noch mangelnde Wertschätzung erkennen. Die alltägliche Frage an Autor*innen, was man denn beruflich so mache, verdeutlicht die mangelnde Wahrnehmung der Professionalität. Und die Gagen bzw. Honorare bei Lesungen verdienen wohl meist den Namen nicht mal.

Vertreter*innen des Buchhandels beklagten eine nicht ausreichende Kundschaft, erst recht, wenn das Ladengeschäft nicht zentral läge. Ein Spagat zwischen Mietpreis und Wahrnehmung durch Laufkundschaft.

Und generell: Die Wahrnehmung des Literatur-Bereichs – darauf war man sich schnell einig – könne jedenfalls im Hamburger Kulturleben besser sein.

An Ideen jedenfalls mangelt es nicht. Eine Kampagne in Form eines „Jahrs der Literatur“, ein eigenes Portal für literarische Termine, eigens in Umlauf zu bringende Flyer oder eine bessere Wertschätzung der Feuilleton-Redaktionen könnten hier abhelfen.

Und auch im Literaturbetrieb herrscht Raumnot: ob nun Schreibateliers, Pop-Up-Leseräume, ein Literat*innen-Haus ... der Wünsche gab es viele. Manches Citymanagement könnte hier hellhörig werden und entweder Leerstand durch sichtbaren Literaturbetrieb zum Lifestyle-Akzent modeln oder gleich einen ganzen verkaufsoffenen Sonntag mal dem Schreiben und Lesen widmen.

Auch eine bessere Zusammenarbeit mit dem Schulbetrieb wünschte man sich, wissend, dass Lehrkräften zwar nicht das Interesse wohl aber die Kapazitäten an Zeit und Konzepten fehlten. Da, wo es funktioniert, trägt die Literatur jedenfalls wohl deutlich zur Erhöhung des Bildungsniveaus bei.

Und klar. Auch die neue Datenschutzverordnung macht im Literaturbetrieb zu schaffen. Rechtsberatung ist gefragt.

Eine weitere Nebenbaustelle: das mittlerweile durchaus wirtschaftsstarke Sujet der Comics weiß sich selbst nicht recht einzuordnen. Ist es Grafik und Zeichnung und wäre so dem Betrieb der Künste zuzurechnen oder ist es eher Text und Geschichte und so im Literaturbetrieb anzusiedeln? Manche Fragen werden Zeit und Ausdauer bedürfen.

Am Ende des Branchentreffs aber stand fest: so ein Treffen sollte regelmäßig statt finden. Denn der Austausch von Erfahrungen und Perspektiven unter Schreibenden, Veranstaltenden, Verlagen und dem Handel sind ergiebig und befruchtend. Wenn zudem mit der Hamburg Kreativ Gesellschaft eine Partnerin zur Seite steht, die das modernen „Netzwerken“ unterstützt und begleitet, umso besser.

Wer künftig an einem der kommenden Treffen teilnehmen will, kann sich dort an Claudia Wondratschke und / oder Felix Wittek wenden. **Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH, Hongkongstraße 5, 20457 Hamburg**, Tel. 040 87 97 986- 19, felix.wittek@kreativgesellschaft.org, www.kreativgesellschaft.org

Related Post



Shoppen für die SuedKultur



„Kann man da noch was machen?“



Flächen im Hamburger



Spielerische Wirtschaftsförderung

Oberhafenquartier

